

新书快评

备受全球媒体和业界瞩目的《史蒂夫·乔布斯传》，今年 10 月末在全球发售，简体中文版也同步上市。它是史蒂夫·乔布斯唯一授权的官方传记。

艾萨克森，前 CNN(美国有线电视新闻网)董事长和《时代》杂志总编，因曾为爱因斯坦、富兰克林·基辛格等名人著作而名声大噪。所以，早在 2004 年乔布斯找到艾萨克森时，他拒绝了乔布斯的请求，艾萨克森那时认为“乔布斯仅是一个企业家而已”。没过多久，艾萨克森了解到，乔布斯当时已身患胰腺癌，正准备动手术切除肿瘤，于是改变了主意，答应为乔布斯立传。这才有了这本《史蒂夫·乔布斯传》——呈现了颇多“第一手资料”和“现场感”的“独家传记”。

其实，名满天下的苹果公司前 CEO 史蒂夫·乔布斯(Steve Jobs)多年前就到了该找人写传记的时候了。可乔布斯却说，“活着的时候不该出版自传，现在还不到回忆的时候”。然而，两年前的 2009 年，乔布斯的妻子劳伦打电话给美国阿斯彭研究所 CEO、前 CNN 董事长和《时代》杂志总编沃尔特·艾萨克森(Walter Isaacson)，说“如果你要写他(乔布斯)的传记，那最好现在就要开始了……”

天才、圣徒、纯粹、狂热、恶魔、傲慢、孤僻、暴躁……最好与最坏的词都可以套用在乔布斯身上。不过，艾萨克森却认为：“他的个性、激情、完美主义、阴暗面、欲望、艺术气质、残酷以及控制欲，都跟他的经营理念和最终的创新产品交织在一起。”不管有怎样的缺陷，乔布斯无疑是当代最合格的企业家。

相信很多人都记住了那个身着旧牛仔裤、宽松 T 恤衫，站在简约的白色苹果标识前演示新产品的清瘦身影。作为这个世界上为数不多的不需要身着华服就能压得住场的人物，演示慷慨激昂、充满情感。他对产品的说明图文并茂，没有要点提示，语句既像散文，又像诗篇，让人感受到这不仅仅是一个个被逻辑和科技理性包围的产品，而是一个个带有感性与艺术光辉的“创新作品”。

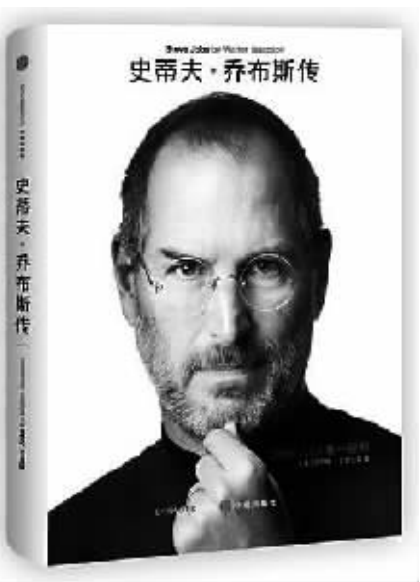
乔布斯“另类思考”成就了苹果

与家世显赫的比尔·盖茨、沃伦·巴菲特等人完全不同，乔布斯曾是弃儿，一出生就被亲生父母送人。其养父母是一般蓝领工人。他也没有完整地读过大学，所就读的里德学院也仅是一所全美排名 50 名之后的文理学院。但乔布斯并没有先天的劣势，他在地下车库开始其职业生涯时，得到了百万富翁马尔库拉的资金支持。而乔布斯出生的旧金山硅谷地区，自 20 世纪 60 年代起就是美国自由主义的大本营，也是民权运动和各种雅皮士文化的重要阵地。

作为移民后代的乔布斯，自幼耳濡目染这一开放创造精神，其大胆的创造力，对于美和艺术的超凡想象力是其他人所不具备的。当然，乔布斯没有因为特立独行而被孤立。美国长期以来对企业家精神的鼓励，对创新的激励赋予了乔布斯非凡的勇气和大无畏的精神，让他能充分发挥自己的天赋。

乔布斯说，“先例也告诉我们拥有技术也能变成一个有趣的人。”诚然，从地下车库制造出的麦金塔电脑到如今风靡世界的 iPad、iPhone，乔布斯以领先一个身位的优势，引领着世界 IT 业向前奔跑。就算曾经陷入长达 10 年的事业低谷，也是因为寻求技术创新和拓展所致，即乔布斯一直“活在技术与艺术的交叉点上”。

1997 年，乔布斯重返苹果，推出了“不同凡想”系列广告，这则广告中出现了爱因斯坦、鲍勃·迪伦、马丁·路德·金、约翰·列农、理查德·巴克明斯特·富勒、爱迪生、穆罕默德·阿里、甘地、毕加索等人。画外音这样说，向



《史蒂夫·乔布斯传》 沃尔特·艾萨克森 著 中信出版社 2011 年 11 月

『不安』造就乔布斯的特立独行

文\本刊特约撰稿 潘启雯

这些疯狂的家伙们致敬，他们特立独行，桀骜不驯，惹事生非，他们用与众不同的眼光看待事物，不墨守成规，不安于现状，他们或许是别人眼里的疯子，却是我们眼中的天才，只有那些疯狂到以为自己能够改变世界的人，才能真正地改变世界。2011 年 10 月 5 日，乔布斯去世后，网络上再度出现这则广告的视频，是乔布斯自己配音的版本，他可以毫无愧疚地和他所崇拜的先贤们并列。从这个意义上看，说乔布斯的“另类思考”成就了苹果毫不为过，反主流的创新正是苹果文化的核心之一。

善于掌控 “人的欲望”的天才

关于乔布斯的经营和创新方针，艾萨克森特别引用了“冰球大帝”韦恩·格雷茨基的名言，“我滑向球将要到达的地方，而不是它已经在的地方。”乔布斯的生涯极大地影响了硅谷风险创业的传奇，他将美学至上的设计理念在全世界推广开来。他对简约及便利设计的推崇为他赢得了许多忠实追随者。对此，乔布斯表示，技术不是最难的，难的是如何确定产品和目标消费者。而曾与乔布斯一起工作过的个人电脑前辈阿伦·凯则一语道破，“乔布斯懂得人的欲望”。难怪，“饥饿销售”成了乔布斯的另一个成功概念。正是苹果制造饥饿效应的销售策略令存货比需求少，遂使每一代 iPad、iPhone 推出，“果粉”们都会大排长龙。乔布斯就是这样善于掌控“人的欲望”的天才。

乔布斯创新精神以及所取得的成就当然不止这些。他成功说服唱片公司使用 iTunes 服务，这让消费者有了更简便地从网上获取音乐的方式；iPhone 的问世则颠覆了两个行业——计算机及手机；iPad 则正在取代传统的出版业。当然还有乔布斯创立 Next 公司时收购的 Pixar，后者已成当今世界上最大的动画制片公司，这都归功于乔布斯独特的审美观及注重细节的工作态度。

不过，在艾萨克森看来，乔布斯也是个“独裁者”。事实上，他与希特勒有种种相似之处。两人都极其擅长在公众面前激情演讲，都能掌控大众欲望，又都对“美”极其有研究。两人还有一个共同点，要求下属对自己保持绝对忠诚。幸好乔布斯对政治并不感兴趣，他的邻居都是“硅谷”元老——惠普公司的职员，在这些人的影响下，他从小就很迷恋电子学。恰好个人计算机风潮当时开始在硅谷出现，乔布斯的精力由此完全投入到 IT 世界中。但这并不影响他按照自己的方式，来构造世界的新蓝图。

被抛弃、辍学、嬉皮浪游烙印、辞职、死亡……乔布斯的一生似乎永远处于“不安”的状态中，他几乎从未找到稳定如一的现实与精神的家园。为了给自己内心的困惑找到答案，他展现出了异于常人的坚定、执著与激情。或许正是这样的“不安”造就了他的特立独行，让他能游走于体制和世俗的内外，保持天才的创造力和忠于内心感召的专注力，为冰冷的科技赋予人性、艺术甚至宗教的神圣气质。

读书札记

《背包十年》：
趁着年轻去流浪

文\本刊特约撰稿 沙可

丰臣秀吉自称爱花。有一次听说茶道宗师千利休茶艺园栽培的牵牛花开了，便带着一大帮手下前呼后拥的去看花。谁知进到院子里一看，满篱笆牵架上的牵牛花都没了，只剩下一片绿色的藤叶。一问才知道，是千利休让人把花给剪了。丰臣秀吉将军不禁大怒，知道我要来赏花，你剪个一朵不剩！不收拾你都对不起自己。二话不说按刀冲进了茶室，看到一朵沾满晨露的牵牛花在一花瓶中绽放，阳光照在花露上，风雅无边。姑且不论两人后来的恩怨，仅仅此时彼花给将军带来的震撼力，就足以媲美满园的一大片牵牛花了。这也许算得上是美学里以少胜多的经典。

码了一大堆的字说了题外的花，其实想说的不是花，而是旅游，说白了就是想读一本关于旅游的书——《背包十年》。一本书就把一个背包客的旅游人生张扬到极致，没有华丽的词汇，一个故事，一段感悟，就能引起共鸣，唤醒曾经有过的梦想，直接抵达你的内心，让眼前的声色犬马成功失败都成了过眼云烟的浮云。就像千利休那朵唯一留下的花一样，小鹏用一本书改变了我们对旅游的看法。在这本书中，小鹏不是描述景点，而是描述一种成长，描述一个青年最绚烂的 10 年光阴，像朝阳一样，照亮每个心中还有梦想的人。他的 10 年背包生涯关注梦想、成长与坚持，是另一本现代社会励志的心灵鸡汤。

人人都喜欢旅游，却始终无法真正理解什么是旅游。总是纠结在有时间没金钱或者是有钱没时间的叹息里。王阳明在偏僻的贵州龙场驿站近五年“知行合一”的悟道对现代人来说太过于苦行僧了，还是快餐式的旅游更直接一些，结果只留下了照片。



《背包十年》封面

背包十年的旅程，从最初无拘无束去旅行，到把爱好转型成职业时的艰辛，一度跌入人生中的最低谷，在黑暗中摸索一条可以把旅行良性循环的道路，直到最终拨云见日看到生命中的彩虹。10 年之前，小鹏与许多刚刚毕业的大学生一样，对人生、事业十分迷惘，看不清未来的方向。但是大四那年的毕业旅行让他对

世外桃源般的自由生活方式不可自拔，随后他攒些钱就辞掉工作旅行，这样连辞 8 份工作，直到他发现旅行也能攒钱，于是生活就变成了旅行。

《背包十年》可说是一个以旅行为生的“狂徒”日记，一名网络时代成就的新文艺青年，一个徐霞客灵魂附体新新人类的穿越神话新版本。小鹏用 100 个简短的旅途故事勾勒出自己成长的清晰脉络，用十年时间完成了一场华丽人生的蜕变。行走十年，从一个菜鸟背包客到职业旅行家，最终成就了他的事业。

“风筝能否高飞，梦想能否实现，关键在于线有多长风有多大或者有多少外力的支持与帮助，而在于我们自己的态度。是否乐观，是否坚定，是否专注。”“相同的地方，相同的人，相同的事情，但是对不同的人施加的影响截然不同。这是别人的旅行无法被复制的原因，也是旅行的魅力所在。”“To dream，为了在年华老去的时候不鄙视自己。”小鹏用十年的经历从另外一个角度告诉年轻人生活的另一种可能性：我想告诉那些走在我身后的年轻人，人生不只房子车子，应该还有另外一种可能。自由与梦想，虽然看似遥不可及，但只要坚持，就不是空中楼阁。

就像 400 多年前一个叫徐霞客的人临终前说的一样：我只是个平民，穿着布衣，拿着拐杖，穿着草鞋，凭借自己，游历天下，故虽死，无憾。